

Princípios do Código de Defesa do Consumidor

Prof^a. MSc. Maria Bernadete Miranda

Objetivos

- O objetivo da aula não é rediscutir o já por demais debatido **Direito do Consumidor** mas sim registrar os acontecimentos ocorridos ao longo dos anos, colocando-os em perspectiva.
- Através de uma visão atual, procura-se demarcar as principais fases do assunto e o que se pode esperar do futuro, no que tange ao estudo dos **Princípios do Direito do Consumidor**.

Metodologia

- A metodologia de apresentação está dividida nos seguintes tópicos:
 - 1. Princípios do Direito do Consumidor;
 - 2. Princípio da Vulnerabilidade;
 - 3. Princípio da Transparência;
 - 4. Princípio da Informação;
 - 5. Princípio da Segurança;
 - 6. Princípio do Equilíbrio das Prestações
 - 7. Princípio da Reparação Integral;
 - 8. Princípio da Solidariedade;
 - 9. Princípio da Interpretação mais Favorável ao Consumidor;
 - 10. Princípio da Boa-Fé Objetiva;
 - 11. Princípio da Conservação do Contrato;
 - 12. Princípio da Harmonia nas Relações de Consumo;
 - 13. Princípio do Acesso à Justiça;
 - 14. Referências.

Princípios do Direito do Consumidor

- O direito do consumidor é dotado de uma base principiológica que visa à correta interpretação, compreensão e aplicação das regras previstas no **Código de Defesa do Consumidor**, que incidem sobre as relações jurídicas de consumo.

Princípio da Vulnerabilidade

- **Vulnerabilidade** é o princípio básico que fundamenta a existência e aplicação do direito do consumidor às relações de consumo.
- O artigo 4º, I, do CDC estabelece, dentre os princípios informadores da Política Nacional das Relações de Consumo, o ***“reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”***.

Princípio da Vulnerabilidade

- A vulnerabilidade do consumidor constitui presunção absoluta no CDC, que informa se suas normas devem ser aplicadas e como devem ser aplicadas na relação jurídica desequilibrada, existente entre o consumidor e o fornecedor de produto e/ou serviços, não se confundindo vulnerabilidade com hipossuficiência.

Princípio da Vulnerabilidade

- A noção de vulnerabilidade no CDC está associada à identificação de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica de consumo (o consumidor) em razão de determinadas condições ou qualidades que lhes são inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser identificada no outro sujeito da relação jurídica, que direcionam para uma aplicação restrita ou ampliada das normas consumeristas ao destinatário final da relação de consumo.

Princípio da Vulnerabilidade

- **Vulnerabilidade Técnica:** ocorre quando o consumidor não possui conhecimentos especializados sobre o produto ou serviço que adquire ou utiliza em determinada relação jurídica, presumindo-se ter o fornecedor conhecimento aprofundado sobre o produto ou serviço oferecido.

Princípio da Vulnerabilidade

- **Vulnerabilidade Jurídica:** ocorre quando falta ao consumidor conhecimentos sobre os direitos e deveres inerentes à relação de consumo estabelecida, e a ausência da compreensão sobre as consequências jurídicas dos contratos que celebra.

Princípio da Vulnerabilidade

- **Vulnerabilidade Fática:** ocorre quando se trata de consumidor criança ou idoso, por conta do reduzido discernimento ou falta de percepção ou, ainda, no caso do analfabeto, que não tem pleno acesso à informação sobre a relação de consumo estabelecida, além do doente, em face da debilidade física.

Princípio da Transparência

- O dever de agir com transparência permeia o CDC, motivo da Política Nacional das Relações de Consumo incluir dentre seus objetivos assegurar a transparência nas relações de consumo, impondo às partes o dever de agir de forma transparente e leal, conforme dispõe o artigo 4º.

Princípio da Transparência

- O STJ entende que ***"O artigo 6º, III, do CDC institui o dever de informação e consagra o princípio da transparência, que alcança o negócio em sua essência, porquanto a informação repassada ao consumidor integra o próprio conteúdo do contrato. Trata-se de dever intrínseco ao negócio e que deve estar presente não apenas na formação do contrato, mas também durante toda a sua execução."*** (REsp 1121275/SP, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 27/03/2012, DJe 17/04/2012).

Princípio da Informação

- É direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem, segundo artigo 6º, III.
- **É Direito do Consumidor** ser informado e **Dever do Fornecedor** de produto ou serviço informar.

Princípio da Segurança

- Cabe ao fornecedor assegurar que os produtos e/ou serviços, ao serem ofertados no mercado de consumo, sejam seguros e não causem danos, de qualquer espécie, aos consumidores.
- O artigo 6º prescreve, dentre os direitos básicos do consumidor, a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos.

Princípio da Segurança

- O artigo 8º prescreve que os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Princípio da Segurança

- O artigo 10 prescreve que o fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança e, acaso tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários (***recall*** – artigo 10, § 1º).

Princípio do Equilíbrio das Prestações

- O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e o caráter desigual com que este se relaciona com o fornecedor, ressaltaram a importância do princípio do equilíbrio do direito nas relações de consumo, consolidando o princípio da isonomia constitucional, previsto no artigo 5º, caput, da Constituição Federal.
- O artigo 4º, III, cita o equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores, sendo nulas as disposições que ponham em desequilíbrio e em situação de inferioridade o consumidor, conforme dispõe o artigo 51.

Princípio do Equilíbrio das Prestações

- O artigo 6º, V prescreve a possibilidade de modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.

Princípio do Equilíbrio das Prestações

- Também é demonstração desse equilíbrio a proteção contratual e extracontratual com a adoção da responsabilidade civil objetiva, além da proteção processual com a inversão do ônus da prova, quando o consumidor for a parte hipossuficiente da relação de consumo, facilitando a defesa de seus direitos em juízo, conforme dispõe o artigo 6º, VIII.

Princípio da Reparação Integral

- O princípio da reparação integral refere-se à efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos causados ao consumidor, ressarcindo-o ou compensando-o de forma integral, prevista no artigo 6º, VI.

Princípio da Solidariedade

- Orienta-se por este princípio a divisão de riscos estabelecidos pelo CDC, estendendo a toda cadeia de fornecedores que participaram do ciclo econômico do produto ou serviço no mercado, arcando todos, solidariamente com os danos causados ao consumidor, cuja previsão está no artigo 7º, parágrafo único.

Princípio da Solidariedade

- Nesse sentido decidiu o STJ: ***“O parágrafo único do artigo 7º do Código consumerista adotou o princípio da solidariedade legal para a responsabilidade pela reparação dos danos causados ao consumidor, podendo, pois, ele escolher quem acionará. E, por tratar-se de solidariedade, caberá ao responsável solidário acionado, depois de reparar o dano, caso queira, voltar-se contra os demais responsáveis solidários para se ressarcir ou repartir os gastos, com base na relação de consumo existente entre eles.”*** (REsp 1102849/RS, Rel. Ministro SIDNEI BENETI, TERCEIRA TURMA, julgado em 17/04/2012, DJe 26/04/2012).

Princípio da Interpretação mais Favorável ao Consumidor

- Diante de uma relação de consumo, as cláusulas contratuais deverão ser interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor, parte vulnerável na relação de consumo, conforme disposto no artigo 47.

Princípio da Boa-Fé Objetiva

- Princípio da boa-fé objetiva é o dever imposto, a quem quer que tome parte em relação comercial, de agir com lealdade, honestidade e cooperação, abstendo-se de condutas que possam esvaziar as legítimas expectativas da outra parte.

Princípio da Reparação Objetiva

- A responsabilidade civil por danos causados ao consumidor é objetiva, e dispensa o elemento culpa, bastando que a vítima prove o dano, a ação ou omissão e o nexo causal entre um e outro.

Princípio da Reparação Objetiva

- O artigo 12 prescreve que o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Princípio da Reparação Objetiva

- A dispensa do elemento culpa também ocorre no artigo 14, ao prescrever que o fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos, exceto quanto aos profissionais liberais, relação onde é necessária a prova da culpa.

Princípio da Reparação Objetiva

- Exclui-se a responsabilidade civil do fornecedor quando demonstrado que ele não colocou o produto no mercado, ou que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste ou a culpa foi exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Princípio da Reparação Objetiva

- ***“A responsabilidade civil do hospital é objetiva pelos danos causados, na condição de fornecedor, aos consumidores, nos termos do artigo 14, caput, do Código de Defesa do Consumidor. A exceção prevista no § 4º do referido dispositivo legal, cuidando da responsabilidade subjetiva, é restrita aos profissionais liberais, incluindo-se aí os médicos.”*** (EDcl no AgRg no Ag 1261145/SP, Rel. Ministro RAUL ARAÚJO, QUARTA TURMA, julgado em 22/04/2014, DJe 15/05/2014)

Princípio da Conservação do Contrato

- A nulidade de uma cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes. Conforme dispõe o artigo 51, § 2º.

Princípio da Harmonia nas Relações de Consumo

- O princípio da harmonia nas relações de consumo pressupõe a igualdade substancial das partes com a proteção do consumidor, observada a boa-fé, com a finalidade de obter maior justiça no mercado de consumo, conforme artigo 4º, III.

Princípio do Acesso à Justiça

- Dentre os direitos básicos do consumidor, está previsto no artigo 6º o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados, além da facilitação a defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências, segundo artigo 6º, VII e VIII.
- Para a defesa dos direitos e interesses do consumidor o CDC admite todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela, conforme previsto no artigo 83.

Muito obrigada pela atenção!

"O consumidor é o elo mais fraco da economia: e nenhuma corrente pode ser mais forte do que o seu elo mais fraco..."

Henry Ford

Referências Bibliográficas

- LUCCA, Newton de - **Direito do consumidor**. São Paulo: Quartier Latin.
- MIRANDA, Maria Bernadete. **Fundamentos teóricos e práticos de direito do consumidor**. E-Book. São Paulo: Direito Brasil publicações, 2010.
- _____ . **Curso teórico e prático de direito empresarial**. Rio de Janeiro: GZ Editora, 2015.
- RIZZATO NUNES, Luiz Antonio. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva.
- SIDOU, J.M.Othon. **Proteção do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 1977.